फ़ोकस ग्रुप, एक गुणात्मक शोध विधि

सिद्धान्त की समीक्षा, और इसकी योजना के लिए दिशानिर्देश प्रदान करना[1]

आईएसआरसी वर्किंग पेपर 010298, फरवरी 1998

हेनरिक फ्रेटस (Henrique Freitas)
Visiting Researcher at ISRC, University of Baltimore (USA)
Associate Professor, GESID - PPGA - Escola de Adm. da UFRGS and CNPq Researcher (Brazil)
Docteur "nouveau régime" – Université Pierre Mendès France (Grenoble, France)
hf@ea.ufrgs .br

मिरियन ओलीविएरा (Mírian Oliveira)
Civil Engineer, M.Sc.
Doctoral Student - GESID - PPGA - Escola de Administração - UFRGS (Brazil)
moliveira@conex.com.

मिल्टन जेन्किंस (Milton Jenkins)
Professor and Director of ISRC, University of Baltimore
Ph.D. on Management Information Systems, University of Minnesota (USA)
mjenkins@ubmail.ubalt.edu

[1] 1 This is a working-paper prepared in cooperation between the ISRC (Information Systems Research Group, University of Baltimore, USA) and the GESID (Grupo de Estudos em Sistemas de Informação e Apoio à Decisão), a research group from the School of Management (PPGA/UFRGS, Brazil), coordinated by Professor Henrique Freitas, whose focus is a literature review mainly prepared by Doctoral student Mirian Oliveira. This work is part of a research project and is supported by several Brazilian Government Research Agencies (CNPq, Fapergs, Propesp/UFRGS and CAPES/COFECUB), by FULBRIGHT (USA), and by the ISRC/Univ. of Baltimore (Maryland, USA).

Freitas, H., Oliveira, M., Jenkins, M., & Popjoy, O. (1998). The Focus Group, a qualitative research method. Journal of Education, 1(1), 1-22. https://pdfs.semanticscholar.org/b681/9a3922b1917f56cbd5be351f759895b3340e.pdf

ओवेटा पॉपजॉय (Oveta Popjoy)
Assistant researcher, ISRC, University of Baltimore
opopjoy@ubmail.ubalt.edu

सारांश

फ़ोकस ग्रुप (Focus Group) को वास्तव में विपणन द्वारा नियोजित किया जाता है, और अन्य क्षेत्रों जैसे– शिक्षा, स्वास्थ्य, प्रबन्धन, निर्णय लेने एवं सूचना तंत्रों आदि में भी इसका महत्त्व बढ़ रहा है। शोध उद्देश्य पर निर्भर रहते हुए *फ़ोकस ग्रुप* का उपयोग अकेले या अन्य विधियों के साथ संयोजन में किया जा सकता है। *फ़ोकस ग्रुप* के अनुप्रयोग से प्राप्त परिणाम विशेष रूप से इस बारे में जानकारी प्रदान करने में प्रभावी हैं कि लोग किसी विशिष्ट विषय के बारे में कैसे सोचते हैं, महसूस करते हैं या कार्य करते हैं। इस शोध पत्र का उद्देश्य साहित्य की समीक्षा करते हुए *फ़ोकस ग्रुप* की विशेषताओं, विधियों, अवस्थाओं, और अनुप्रयोग प्रक्रियाओं पर चर्चा करना है। ऐसा करने में यह शोध पत्र उन शोधकर्ताओं और प्रबन्धकों के लिए कुछ उपयोगी दिशानिर्देश पेश कर सकता है जो अपनी परियोजनाओं में इस तकनीक का उपयोग करने का इरादा रखते हैं।

फ़ोकस ग्रुप, एक गुणात्मक शोध विधि

सिद्धान्त की समीक्षा, और इसकी योजना के लिए दिशानिर्देश प्रदान करना

1. परिचय : लोग कैसे किसी अनुभव, विचार, अथवा घटना पर विचार करते हैं?

इस प्रश्न का उत्तर कि "लोग कैसे किसी अनुभव, विचार अथवा घटना पर विचार करते हैं?" कुछ तकनीक या पद्धति के अनुप्रयोग की माँग करता है जो प्रत्येक व्यक्ति की वास्तविकता से सरोकार रखता है। लोगों को समूहों में इकट्ठा करके, प्रत्येक व्यक्ति की अधिक सहज अभिव्यक्ति के लिए अनुकूल स्थितियाँ बनाने, और हरेक की पारस्परिक अन्तःक्रिया को सुगम बनाने के लिए क्या किया जा सकता है। *फ़ोकस ग्रुप* ऐसे प्रश्नों के उत्तरों की खोज में उपयोग की जाने वाली गुणात्मक शोध विधियों में से एक है।

फ़ोकस ग्रुप की उत्पत्ति समाजशास्त्र में हुई थी। अब इसका उपयोग विपणन के क्षेत्र में भी तीव्रता से किया जा रहा है, और साथ ही इसकी लोकप्रियता अन्य क्षेत्रों में भी बढ़ रही है। सामाजिक विज्ञान में, सर्वप्रथम रॉबर्ट मर्टन (Robert Merton) ने *फ़ोकस ग्रुप* का उपयोग करते हुए अपने कार्य को प्रकाशित किया था। पॉल लजॅर्सफ़ेल्ड (Paul Lazarsfeld) और अन्य लोगों ने बाद में इस तकनीक को विपणन के क्षेत्र में उपयोग किया (मॉर्गन [Morgan], 1988)। टूल और हॉकिंस (Tull and Hawkins, 1993) ने इसका अध्ययन किया।

फ़ोकस ग्रुप किसी समूह में किया जाने वाला एक प्रकार का गहन साक्षात्कार है, जिसकी बैठकें प्रस्ताव, आकार, संरचना, और साक्षात्कार प्रक्रियाओं के सम्बन्ध में परिभाषित विशेषताओं को प्रस्तुत करती हैं। विश्लेषण का केन्द्र अथवा उद्देश्य समूह के अन्दर की बातचीत है। चर्चा के दौरान प्रतिभागी विचारों और योगदानों के प्रति अपने पक्ष समर्थन के माध्यम से एक दूसरे को प्रभावित करते हैं। मध्यस्थ (moderator) टिप्पणियों या विषयों के साथ चर्चा की शुरुआत करता है। इस तकनीक द्वारा प्राप्त किए गए बुनियादी आँकड़े समूह चर्चाओं तथा मध्यस्थ की मीमांसाओं एवं टीकाओं की लिखित प्रतिलिपि (transcript) हैं।

फ़ोकस ग्रुप की सामान्य विशेषताओं में लोगों की भागीदारी, बैठकों की एक शृंखला, शोध / शोध रुचियों से सम्बन्धित प्रतिभागियों की समरूपता, गुणात्मक आँकड़ों का निर्माण, और उस विषय

पर केन्द्रित चर्चा है जो शोध के उद्देश्य से निर्धारित होती है। इन विशेषताओं को विस्तार से खण्ड 4 में प्रस्तुत किया गया है।

फ़ोकस ग्रुप शोध विधि नए क्षेत्रों में जाँच या कार्यवाही के लिए विचार उत्पन्न करने के लिए; प्रतिभागियों की धारणा के आधार पर परिकल्पनाएँ उत्पन्न करने के लिए; विभिन्न शोध स्थितियों का मूल्यांकन या आबादी का अध्ययन करने के लिए; साक्षात्कारों या प्रश्नावलियों (questionnaires) के प्रारूप विकसित करने के लिए; प्रारम्भिक अध्ययनों से प्रतिभागियों के परिणामों की व्याख्याओं की आपूर्ति करने के लिए; और व्यापक पैमाने पर किसी अध्ययन के लिए अतिरिक्त जानकारी उत्पन्न करने के लिए उपयुक्त है।

कुछ स्थितियों में, *फ़ोकस ग्रुपों* को एक शोध पद्धति के रूप में उपयोग करना उचित नहीं है। उदाहरण के लिए, (1) जब विषय प्रतिभागियों के लिए असुविधापूर्ण हो; (2) जब शोधकर्ता के पास अध्ययन के सूक्ष्म अथवा विवेचनात्मक पहलुओं पर नियंत्रण नहीं हो; (3) जब शोध के लिए सांख्यिकीय अनुमान आवश्यक हों; (4) जब अन्य विधियाँ बेहतर गुणवत्ता या ज्यादा किफायत से परिणाम उत्पन्न कर सकती हों; या (5) जब शोधकर्ता जानकारी की गोपनीयता की गारंटी नहीं दे सकता हो।

फ़ोकस ग्रुपों की उपयुक्तता को सत्यापित करने के लिए किए जाने वाले किसी परीक्षण में यह पूछना शामिल है कि प्रतिभागी शोध में रुचि के विषय पर कितनी सक्रियता और आसानी से चर्चा करेंगे (मॉर्गन, 1988)। *फ़ोकस ग्रुप* का उपयोग विशेष रूप से उस समय ज्यादा अनुकूल होता है जब शोध का उद्देश्य बेहतर रूप से यह समझना हो कि लोग किसी अनुभव, विचार, या घटना, पर कैसे विचार करते हैं, क्योंकि *फ़ोकस ग्रुप* की बैठकों की चर्चा, जिसमें लोगों को क्या लगता है, या वे कैसा महसूस करते हैं, या वे जिस तरह से कृत्य करते हैं, के बारे में जानकारी प्रदान करने में प्रभावी सिद्ध होती है।

इस कार्य-पत्र (working paper) का लक्ष्य *फ़ोकस ग्रुप* के सम्भावित उपयोगों तथा किसी गुणात्मक शोध विधि के रूप में इसके फायदों और नुकसान का वर्णन करना (खण्ड 2); अन्य शोध विधियों के साथ संयोजन में *फ़ोकस ग्रुप* का उपयोग (खण्ड 3); उस शोध के संचालन के महत्त्वपूर्ण पहलुओं पर चर्चा करना जिसमें इस गुणात्मक शोध विधि का उपयोग किया गया है, और इसे निष्पादित करने के लिए विभिन्न चरणों को प्रस्तुत करना है (खण्ड 4)। कुछ अन्तिम विचार खण्ड 5 में प्रस्तुत किए गए हैं।

2. किसी गुणात्मक शोध पद्धति के रूप में *फ़ोकस ग्रुप* : लाभ और हानि

प्रबन्धन में किए जाने वाले शोध में, विशेष रूप से विपणन में, *फ़ोकस ग्रुप* और अन्य गुणात्मक विधियों को अकसर अन्वेषणात्मक साधनों (exploratory tools) के रूप में माना जाता है, इसके परिणामों को किसी प्रतिरूप प्रतिदर्श (representative sample) में एक मात्रात्मक अध्ययन द्वारा सत्यापित करने की आवश्यकता होती है। एक शोधकर्ता के दृष्टिकोण से सामाजिक विज्ञानों में *फ़ोकस ग्रुप* का उपयोग अकेले या मात्रात्मक शोध विधियों के पूरक के रूप में किया जा सकता है।

अब, सामाजिक विज्ञानों में गुणात्मक आँकड़ों को एकत्र करने के दो मुख्य साधन व्यक्तिगत साक्षात्कार और समूहों में प्रतिभागियों का अवलोकन हैं। *फ़ोकस ग्रुप* इन दोनों दृष्टिकोणों को जोड़ने के लिए समूहों में प्रतिभागियों का साक्षात्कार करता है।

फ़ोकस ग्रुप तकनीक का अनुप्रयोग, हमें कम समय में एक वाजिब मात्रा में आँकड़ों को एकत्र करने की अनुमति देता है, हालाँकि प्रतिभागियों से योगदान की सहजता के बारे में पूरे विश्वास से कुछ नहीं कहा जा सकता। फिर भी, किसी *फ़ोकस ग्रुप* सत्र के दौरान एकत्र की गई कुछ जानकारी अधिक महत्त्व की होगी, क्योंकि यह वास्तविकता के सरल अवलोकन के माध्यम से बड़ी कठिनता से एकत्र की जाएगी।

फ़ोकस ग्रुप आँकड़ों के संग्रहण में एक प्रचुरता एवं लचीलेपन के उपयोग की अनुमति देता है, जो आमतौर पर एक शोध उपकरण को व्यक्तिगत रूप से लागू करते समय हासिल नहीं किए जा सकते जिसमें उसी समय प्रतिभागियों के बीच अन्त:क्रिया की सहजता की अनुमति भी हो। दूसरी ओर, *फ़ोकस ग्रुप* किसी बेहतर तैयारी के साथ एक जगह (जहाँ इसे करना है) के साथ-साथ परिणामों के अधिक विस्तार की माँग करता है, क्योंकि इसमें व्यक्तिगत साक्षात्कार की तुलना में हम शायद कम आँकड़े एकत्रित कर पाएँगे। आकृति 1 में अन्य शोध विधियों के परिप्रेक्ष्य में *फ़ोकस ग्रुप* के लाभ और हानियाँ प्रस्तुत किए गए हैं।

लाभ	हानियाँ
• इसे तुलनात्मक रूप से संचालित करना सरल है। • यह विषयों का पता लगाने और परिकल्पनाएँ उत्पन्न करने की अनुमति देता है।	• यह किसी प्राकृतिक वातावरण पर आधारित नहीं है। • उत्पन्न होने वाले तथ्यों पर शोधकर्ता का नियंत्रण कम होता है।

• यह समूह अन्त:क्रिया से आँकड़ों को एकत्र करने के लिए वह अवसर उत्पन्न करता है जो कि शोधकर्ता की रुचि के विषय पर केन्द्रित होता है। • इसमें अत्यधिक “प्रत्यक्ष विश्वसनीयता” होती है (आँकड़ों में)। • अन्य पद्धतियों की तुलना में इसकी लागत कम होती है। • यह शीघ्रता से परिणामों की आपूर्ति करता है (समूह की बैठक के साक्ष्य के सन्दर्भ में) • यह शोधकर्ता को गुणात्मक अध्ययनों के प्रतिदर्श के आकार को बढ़ाने की अनुमति देता है।	• यह जानना सम्भव नहीं है कि वह समूह में अथवा व्यक्तिगत व्यवहार के बारे में विचार करता / करती है अथवा नहीं। • इसमें आँकड़ों का विश्लेषण किया जाना अधिक कठिन होता है। समूह की अन्त:क्रिया एक सामाजिक वातावरण बनाती है और इस सन्दर्भ में सन्निहित टिप्पणियों की व्याख्या की जानी चाहिए। • यह साक्षात्कारकर्ताओं को सावधानीपूर्वक प्रशिक्षित करने की माँग करता है। • इसमें समूहों को एकत्रित करने में प्रयास की आवश्यकता होती है। • चर्चा को ऐसे माहौल में आयोजित किया जाना चाहिए जिसमें संवाद सुगम हो।

आकृति 1. *फ़ोकस ग्रुप* के लाभ और हानियाँ
स्रोत : क्रूगर (Krueger, 1994) एवं मॉर्गन (1988) पर आधारित।

ऊपर वर्णित हानियों (विशेषकर सहजता का विषय और समूहों को इकट्ठा करने के लिए आवश्यक प्रयास) के बावजूद इस पद्धति के उपयोग से रोचक आँकड़ा संग्रहण की सुविधा मिलती है। चूँकि यह परिकल्पना के सूत्रण (formulation of hyphotheses) या रूपरेखाओं के निर्माण के लिए जानकारी का एक अच्छा स्रोत है, अत: इसके द्वारा प्राप्त आँकड़े शोधकर्ता या विश्लेषक को एक मजबूत विश्वास प्रदान करता है। बदले में ये ही आगे के शोध को अनुमति देते हैं।

अन्य शोध विधियों की तुलना में *फ़ोकस ग्रुप* के फायदों और नुकसान को जानते हुए, शोध रूपरेखा में इसके सम्भावित उपयोग को दिखाया जाएगा।

3. *फ़ोकस ग्रुप का शोध रूपरेखा में* उपयोग

किसी *फ़ोकस ग्रुप* का लक्ष्य प्रतिभागियों को शोधकर्ता की रुचि के विषय को इस बात को नजरअन्दाज करते हुए समझाना है कि इसका उपयोग अकेले या अन्य शोध विधियों के साथ किया जा रहा है। जैसी कि पहले चर्चा की गई थी, *फ़ोकस ग्रुप* को एक पृथक (stand-alone)

शोध पद्धति के रूप में ज्यादा माना जा सकता है, वह जो अन्य विधियों के साथ संयोजन में उपयोग की गई है।

एक पृथक पद्धति के रूप में, *फ़ोकस ग्रुप* का उपयोग शोध के नए क्षेत्रों का पता लगाने या प्रतिभागियों को अच्छी तरह से ज्ञात विषयों की जाँच करने के लिए किया जा सकता है। अन्य पद्धतियों के साथ मिलकर, इसका उपयोग प्रारम्भिक शोध के लिए, या किसी बड़ी परियोजना में विशिष्ट विषय-वस्तु (subjects) को तैयार करने के लिए; अथवा अन्य आँकड़ों के परिणामों पर प्रकाश डालने के लिए भी किया जा सकता है।

अधिकांश शोधकर्ता गुणात्मक और मात्रात्मक शोध विधियों (फ़्रेटस, कुन्ह और मॉसकरोला [Freitas, Cunha and Moscarola], 1996; स्टम्प्फ़ [Stumpf] और फ़्रेटस, 1996) के संयोजन के फायदों को पहचान रहे हैं जो कि "पद्धतिगत मिश्रण" (methodological mix) के रूप में परिलक्षित होता है और शोध के आरेखण को मजबूत करता है। इस परिप्रेक्ष्य में, *फ़ोकस ग्रुप* (मॉर्गन, 1988; क्रूगर, 1994; और ग्रीनबॉम [Greenbaum], 1993) :

- **किसी मात्रात्मक शोध पद्धति से पहले किया जा सकता है।** इस मामले में, यह शोधकर्ता को सम्बन्धित क्षेत्र की शब्दावली से परिचित कराने और सार्वजनिक विचार की खोज करने में मदद करता है, इसके अलावा यह उन विशिष्ट समस्याओं का पूर्वाभास भी कराता है जो किसी मात्रात्मक शोध पद्धति का उपयोग करने पर अगले चरण में उत्पन्न हो सकते हैं।
- **मात्रात्मक शोध पद्धति के रूप में एक ही समय में उपयोग किया जा सकता है।** इस मामले में, उद्देश्य त्रिकोणीय (triangulation) होता है; अर्थात, एक ही शोध विषय के लिए, किसी सम्पूरक तरीके से, दो यो अधिक विभिन्न विधियों का उपयोग।
- **किसी मात्रात्मक शोध विधि का पालन कर सकता है।** इस मामले में, *फ़ोकस ग्रुप* मात्रात्मक शोध विधि के परिणामों के विश्लेषण में सामने आए विषयों का पता लगाने या उनपर प्रकाश डालने का कार्य कर सकता है।

अन्त में, यह पुष्टि की जा सकती है कि *फ़ोकस ग्रुप* के उपयोग का उद्देश्य शोध की रूपरेखा में इसकी भूमिका को परिभाषित करता है। निम्नलिखित पदों में, *फ़ोकस ग्रुप* को अन्य शोध विधियों के साथ संयोजित करने के कुछ कारण प्रस्तावित किए गए हैं जो कि मुख्यतया मॉर्गन (1988) पर आधारित हैं।

3.1 *फ़ोकस ग्रुप* और व्यक्तिगत साक्षात्कार

फ़ोकस ग्रुप व्यक्तिगत साक्षात्कार के आसपास निर्मित किसी परियोजना में योगदान दे सकता है, विशेष रूप से साक्षात्कार मार्ग की नियोजन अवस्था में। इस मामले में, अभिप्राय यह है कि शोध के किसी प्रारम्भिक चरण में साक्षात्कार के विषयों के निर्माण का मार्गदर्शन करने के लिए कम संख्या में अन्वेषणात्मक समूहों का उपयोग करना है। यह अनुप्रयोग विशेष रूप से तब उपयोगी होता है जब पूर्व में बड़े पैमाने पर विषय या जनसंख्या का अध्ययन नहीं किया गया हो अथवा जब शोधकर्ता सम्बन्धित क्षेत्र में नया हो।

व्यक्तिगत साक्षात्कार की तुलना में *फ़ोकस ग्रुप* की अवधि का लाभ यह है कि शोधकर्ता प्रतिभागियों के विभिन्न समूहों के बीच परिणामों की भी तुलना कर सकता है। *फ़ोकस ग्रुप* का उपयोग अधिक विस्तृत साक्षात्कारों के लिए समूहों के चयन हेतु एक आधार प्रदान करेगा।

फ़ोकस ग्रुप को व्यक्तिगत साक्षात्कार के साथ संयोजित करने का दूसरा स्वरूप समग्र रूप में समूह के साथ एक अतिरिक्त साक्षात्कार को करना है। यह शोधकर्ता को उन विषयों का पता लगाने की अनुमति देगा जो साक्षात्कारों के विश्लेषण में प्रकट हुए हैं और उन क्षेत्रों को सामने लाने में सहायक सिद्ध हुए हैं जो बिना सर्वसम्मति के अभी भी एक दृष्टिकोण रखते प्रतीत होते हैं।

3.2 *फ़ोकस ग्रुप* और प्रतिभागी अवलोकन

प्रतिभागी अवलोकन पर आधारित किसी परियोजना के लिए *फ़ोकस ग्रुप* द्वारा जो मुख्य सहायता प्रदान की जाती है, वह बहुत कम समय में जाँच की विषय वस्तु पर केन्द्रित प्रतिभागियों के विचारों की धारणा होती है। विशेष रूप से इसका उपयोग एक नई परियोजना की शुरुआत में, किसी क्षेत्र के विशिष्ट अनुभवों और दृष्टिकोणों जिससे वे देखे जाएँगे की आपूर्ति के साधन के रूप में, उपयोगी हो सकता है।

प्रतिभागी अवलोकन को पूरा करने के लिए वैकल्पिक स्थितियों के बीच चयन के एक सहायक के रूप में *फ़ोकस ग्रुप* का उपयोग प्रतिभागी अवलोकन से पहले किया जा सकता है। फिर भी, प्रतिभागी अवलोकनों के एक निश्चित निष्कर्ष पर अभिलिखित अवलोकनों की तुलना करने के

लिए *फ़ोकस ग्रुप* का उपयोग किया जा सकता है। इसके लिए प्रत्येक अवलोकन स्थितियों में शामिल लोगों के साथ अतिरिक्त बैठकों की आवश्यकता होगी।

3.3 *फ़ोकस ग्रुप* और सर्वेक्षण

कुछ शोधकर्ता प्रश्नावलियों की अवधारणा में *फ़ोकस ग्रुप* के उपयोग की सलाह देते हैं। *फ़ोकस ग्रुप* का प्रश्नावली के निर्माण में सहायता प्रदान कर सकने का सबसे स्पष्ट तरीका यह है कि वह ऐसे उत्तरदाताओं के साक्ष्य प्रदान करता है जिनका विषय से जुड़ाव हो। किसी सर्वेक्षण से पहले इसका सबसे महत्त्वपूर्ण उपयोग शोधकर्ता को यह (अधिक) सुनिश्चित करने की अनुमति देता है कि उसके पास प्रतिभागियों के विचारों की एक पूरी तस्वीर हो।

शोध सर्वेक्षण के प्रारम्भिक और अन्वेषणात्मक चरणों (exploratory phases) के अलावा, *फ़ोकस ग्रुप* का उपयोग शोधकर्ता और प्रतिभागियों को विषय के साथ परिचित कराने के लिए भी किया जा सकता है : उदाहरण के लिए, यदि विषय की भाषा समस्याग्रस्त है तो शोध क्षेत्र में पूर्व-परीक्षण (pre-test) से पहले प्रश्नावली के महत्त्वपूर्ण बिन्दुओं पर चर्चा के लिए एक समूह को स्थापित करना उपयुक्त होगा। पूर्व-परीक्षण में *फ़ोकस ग्रुप* के उपयोग का एक फायदा आसानी से यह पता लगाने में है कि जिस प्रकार शोधार्थी विषय को आसानी से समझते हैं उसी प्रकार प्रतिभागियों ने इसे नहीं समझा था। *फ़ोकस ग्रुपों* के साथ पूर्व-परीक्षण न केवल ऐसी समस्याओं की पहचान करता है, बल्कि उन्हें हल करने में मदद करता है।

सर्वेक्षण के अन्तिम चरणों में, जब आँकड़े संग्रहित किए जा चुके होते हैं, तथा उनका विश्लेषण प्रारम्भ हो चुका होता है, आँकड़ों के विश्लेषण के पहलुओं का पता लगाने के लिए *फ़ोकस ग्रुप* का उपयोग आँकड़ों के संग्रहण में एक अतिरिक्त स्रोत के रूप में किया जा सकता है। यह विशेष रूप से तब महत्त्वपूर्ण हो सकता है जब शोधार्थी को शोध के परिणाम किसी उलझन में डालने का कार्य कर रहे हों।

3.4 *फ़ोकस ग्रुप* और प्रयोग

यद्यपि यह व्यावहारिक रूप से अस्तित्व में नहीं है, किन्तु प्रयोगात्मक शोध में *फ़ोकस ग्रुपों* के सम्भावित मूल्य की कोई भी मान्यता, वास्तव में मेर्टन (Merton) (मॉर्गन के अलावा [apud Morgan], 1988) के प्रयोगात्मक शोध के मुख्य अनुप्रयोगों में से एक है। इसी तरह, फ़ोकस

ग्रुप, सर्वेक्षण पद्धति (Survey method) के साथ, उपकरण के विकास में आरम्भिक फ़ोकस ग्रुप का उपयोग स्वतंत्र चर (independent variables) के "हेरफेर" (Manipulation) को परिभाषित करने और किसी प्रयोग से जुड़े आश्रित चरों (dependent variables) को मापने के लिए किया जा सकता है।

असामान्य परिणामों को समझाने के प्रयास में, *फ़ोकस ग्रुप* अनुमानों के एक प्रभावी विकल्प के रूप में भी उपयोगी माने जा सकते हैं। *फ़ोकस ग्रुप* और प्रयोगों के संयोजन का एक और लाभ यह है कि हम बेहतर समझ सकते हैं या इस बात की एक बेहतर व्याख्या कर सकते हैं कि प्रभाव कैसे संचालित होते हैं। जैसा कि होता है, जब *फ़ोकस ग्रुप* दूसरी विधियों के साथ संयोजित किया जाता है, तो घटना की शोधकर्ता की व्याख्या की प्रतिभागियों की व्याख्या से तुलना करना ही उद्देश्य होता है।

4. *फ़ोकस ग्रुप* के चरण

फ़ोकस ग्रुपों का **किस** प्रकार उपयोग किया जाए तथा उन आँकड़ों का **क्या** किया जाए जो कि इनसे उत्पन्न होते हैं, इस खण्ड में इसी का वर्णन किया गया है।

फ़ोकस ग्रुपों को तीन चरणों में निष्पादित किया जा सकता है : नियोजन (खण्ड 4.1); साक्षात्कारों का संचालन (खण्ड 4.2); और आँकड़ों का विश्लेषण (खण्ड 4.3)। *फ़ोकस ग्रुप* की सफलता के लिए नियोजन महत्त्वपूर्ण है क्योंकि, इस चरण में, शोधकर्ता अध्ययन के अभिप्राय और सूचना के उपयोगकर्ताओं पर विचार करता है, इसके अलावा वह एक योजना विकसित करता है जो विषयों के विस्तार और प्रतिभागियों के चयन सहित शेष शोध प्रक्रिया का मार्गदर्शन करेगा। साक्षात्कार चरण में बैठकों का परिनियमन (moderation) होता है। सत्र के पश्चात विश्लेषण चरण में वे बैठकों की लिखित प्रतिलिपियाँ (transcripts) लेते हैं, उनका मूल्यांकन करते हैं और उन्हें एक रिपोर्ट में व्यक्त करते हैं।

4.1 *फ़ोकस ग्रुप* के लिए नियोजन

फ़ोकस ग्रुप की सावधानी से बनाई गई योजना भी अच्छे परिणामों की गारंटी नहीं देती है, लेकिन शोध रचना और निष्पादन में एक लापरवाह दृष्टिकोण (inattentive approach) निश्चित ही खराब परिणाम देगा! *फ़ोकस ग्रुप* की योजना के लिए योग्यता को प्रभावित करने

वाले दो अधिक स्पष्ट कारक समय बजट और राशि बजट (budget and dollar budget) (मॉर्गन, 1988) हैं।

प्रारम्भ में, समस्या की प्रकृति के सम्बन्ध में और समस्या से सम्बन्धित जानकारी के आवश्यक प्रकारों के सम्बन्ध में सर्वसम्मति प्राप्त करना आवश्यक है। इससे यह सत्यापित करने में आसानी होगी कि *फ़ोकस ग्रुप* शोध के संचालन के लिए एक उपयुक्त विधि है या नहीं।

नियोजन की शुरुआत बैठकों के उद्‌देश्य को प्रतिबिम्बित करने के साथ शुरू होती है। शोधकर्ता निम्नलिखित सवालों की ओर इशारा करता है :

- "ऐसा अध्ययन क्यों किया जाना चाहिए?
- किस प्रकार की जानकारी प्राप्त होगी?
- किस-किस प्रकार की जानकारी का विशेष महत्त्व है?
- इस जानकारी का उपयोग कैसे किया जाएगा?
- यह जानकारी कौन चाहता है?" (क्रूगर, 1994)

इसके पश्चात इन सवालों के जवाब एक तार्किक तरीके से संयोजित किए जाते हैं।

शोधकर्ता *फ़ोकस ग्रुप* के उद्‌देश्य को ध्यान में रखते हुए क्रियाशील प्रश्नों पर ध्यान देता है, उदाहरण के तौर पर :

- "मैं प्रतिभागियों का पता कैसे लगाऊँ?
- इस सामान्य श्रेणी में लोग एक जैसे या अलग कैसे होते हैं?
- किन प्रोत्साहनों की आवश्यकता है, यदि कोई हों?
- चर्चा आयोजित करने के लिए सबसे अच्छी जगह कहाँ होगी?
- पूछने के लिए कुछ अच्छे सवाल क्या होंगे?
- किस तरह के व्यक्ति को मध्यस्थ होना चाहिए?" (क्रूगर, 1994)

फ़ोकस ग्रुप के नियोजन में एक कालानुक्रमिक योजना विकसित की जाना चाहिए जिसमें निम्नलिखित गतिविधियाँ शामिल हों : विषयों का विकास, प्रतिभागियों की विशेषताओं की पहचान, सम्भावित प्रतिभागियों की एक सूची तैयार करना, प्रतिभागियों की भर्ती करना, बैठकों का संचालन करना, नियोजन, प्रतिलेखन (transcription) और विश्लेषण से प्रतिक्रिया

(feedback) लेना और प्रतिवेदन की रचना करना। आकृति 2 एक कालानुक्रमिक योजना का उदाहरण प्रस्तुत करती है।

नियत गतिविधियों के लिए आवण्टित समय				
आयोजना		**साक्षात्कार**	**विश्लेषण**	
सप्ताह 1	**सप्ताह 2 से 4**	**सप्ताह 5 से 6**	**सप्ताह 7 से 14**	**सप्ताह 15 से 18**
आयोजना विकसित करने के लिए				
	• प्रश्नों को विस्तार देने के लिए • प्रतिभागियों की पहचान करने के लिए • सत्रों के स्थान को निर्दिष्ट करने के लिए • भर्ती करने के लिए			
		• प्रथम सत्र • आयोजना की प्रतिक्रिया • द्वितीय सत्र • तृतीय सत्र		
			• प्रतिलेखन करने के लिए • आँकड़ों को संसाधित करने के लिए • आँकड़ों का विश्लेषण करने के लिए	
				• प्रतिवेदन लिखने के लिए

आकृति 2 : कालानुक्रमिक आयोजना का उदाहरण

स्रोत : क्रूगर 1994 से अनुकूलित

फ़ोकस ग्रुप के नियोजन चरण में विचार की जाने वाली विशेषताओं को निम्नलिखित पैराग्राफ़ विस्तार से प्रस्तुत करता है : समूहों की संख्या और आकार (खण्ड 4.1.1), प्रतिभागीगण (खण्ड 4.1.2), मध्यस्थ की भागीदारी का स्तर (खण्ड 4.1.3), साक्षात्कार सामग्री (खण्ड 4.1.4), तथा स्थान का चयन और आँकड़ों का संग्रहण (खण्ड 4.1.5)।

4.1.1 समूहों की संख्या और आकार

नियोजन चरण में समूहों की संख्या उन प्रथम विषयों में से एक है जिसपर चर्चा की जानी चाहिए, क्योंकि समूह, *फ़ोकस ग्रुप* शोध पद्धति में विश्लेषण की मुख्य इकाई है। किसी सांख्यिकीय तात्पर्य में भी यह सही है, और व्यावहारिक तात्पर्य में भी। बैठकों में नए विचार उत्पन्न होने अथवा न होने की दशा में विपणन शोधकर्ता समूहों की संख्या में हेरफेर करते रहते हैं। शोध का निष्कर्ष उसी स्थिति में निकला माना जाएगा जब मध्यस्थ स्पष्ट रूप से यह पूर्वानुमान लगा सके कि अगले समूह में क्या कहा जाएगा। ऐसी स्थिति आमतौर पर तीसरे या चौथे सत्र (क्रूगर, 1994; मॉर्गन, 1988; और ग्रीनबॉम, 1993) के बाद होती है।

समूहों की संख्या का एक महत्त्वपूर्ण निर्धारक शोध द्वारा अपेक्षित जनसंख्या के विभिन्न उपसमूहों की संख्या है। पृष्ठभूमि और दृष्टिकोण के सन्दर्भ में जितने अधिक सजातीय समूह होंगे, उतने कम समूहों की आवश्यकता होगी। यह स्पष्ट किया जाना चाहिए कि कोई एकल समूह कभी भी पर्याप्त नहीं होता। इसके अलावा, मौजूदा जनसंख्या के विभिन्न हिस्सों के साथ इसे समूहों में विभाजित किया जा सकता है। किसी एकल समूह का उपयोग नहीं किया जाना चाहिए क्योंकि मध्यस्थ का सामना किसी "उदासीन" समूह से हो सकता है, जहाँ प्रतिभागी चुपचाप हों, प्रतिभाग करने के इच्छुक न हों, मध्यस्थ के द्वारा उकसाए जाने पर भी कोई प्रतिक्रिया न दे रहे हों, और यह भी हो सकता है कि बैठक में किसी प्रतिभागी की अनर्गल, भड़काऊ टिप्पणी अथवा किसी अन्य बाहरी या आन्तरिक प्रभावों के कारण समूह के बाकी सदस्य सन्दर्भित चर्चा में अपना प्रतिनिधित्व नहीं दे रहे हों।

सत्रों में प्रतिभागियों की संख्या के सम्बन्ध में, व्यावहारिक द्दष्टिकोण के अनुसार छः से दस लोगों के मध्यम आकार के समूहों का उपयोग किया जाता है। आजकल विपणन के क्षेत्र में शोधकर्ता छः से आठ लोगों के समूहों का पक्ष लेते हैं, जबकि कई साल पहले, अनुकूलतम संख्या आठ से दस लोगों की मानी जाती थी। *फ़ोकस ग्रुप* के आकार को निर्धारित करते समय यह विचार किया जाना चाहिए कि समूह इतना छोटा हो कि हर किसी को अपनी अनुभूतियाँ साझा

करने का अवसर मिले, और इतना बड़ा हो कि वह अनुभूतियों को विविधता प्रदान कर सके (ओपेनहीन [Oppenhein], 1993; क्रूगर, 1994; मॉर्गन, 1988; और मटर [Mattar], 1994)।

जब सदस्यों की संख्या बारह से अधिक हो जाती है तो समूह को विभाजित करना उचित होता है। छोटे समूहों में शोधकर्ता प्रत्येक प्रतिभागी के विषय पर विचार की पहचान कर सकता है, हालाँकि ऐसा करने में वह कम लाभप्रद और अधिक महँगा होने का जोखिम उठाता है। बड़े समूहों के साथ, यह समूह के प्रबन्धन की कठिनाई को बढ़ाता है, अनुशासन को बनाए रखने की एक बड़ी चुनौती के साथ, तथा मुख्यतः, समूह में समानान्तर बातचीत को रोकने के लिए आमतौर पर मध्यस्थ की अधिक भागीदारी आवश्यक हो जाती है।

इन तर्कों के आधार पर यह कहा जा सकता है कि *फ़ोकस ग्रुप* के लोगों की न्यूनतम संख्या चार और अधिकतम बारह होगी। समूह में कम-से-कम न्यूनतम लोगों की प्रतिभागिता सुनिश्चित करने के लिए न्यूनतम से लगभग 20 प्रतिशत अधिक लोगों को बुलवाने का प्रयास होना चाहिए। सत्रों के आयोजन किए जाने की जगह, प्रतिभागियों के चयन, और शोध रचना के लिए समूह के आकार के महत्त्व के आधार पर इस प्रतिशत में बदलाव किया जा सकता है। यदि सभी आमंत्रित लोग सत्र में भाग लेने के लिए आमंत्रित किए जाते हैं तो यह देखते हुए कि भर्ती किए गए प्रतिभागियों की संख्या आवश्यकता से अधिक है अतिरिक्त लोगों को दूसरे कमरे में सवालों के जवाब देने के लिए कहा जा सकता है। ऐसी स्थिति तब लागू होती है जब हमारे पास सत्रों को समानान्तर में पूरा करने के लिए वास्तविक स्थितियाँ नहीं होती हैं : हो सकता है कि हमारे पास बुनियादी ढाँचा न हो, जिसकी हमें आवश्यकता हो, या हमारे पास इस तरह के कार्य के लिए मध्यस्थ भी न हो। फिर भी, हमें विचार करना चाहिए कि क्या यह अन्तिम समूह उचित रूप से गठित किया जाएगा या नहीं।

4.1.2 प्रतिभागीगण

शोध के उद्देश्य का एक कार्य यह निर्धारण करना है कि अध्ययन में कौन भाग लेगा। लोगों को श्रेणियों में विभाजित करने की आवश्यकता पर विचार किया जाना चाहिए। इसमें जनसांख्यिकीय कारक (demographic factors) : भौगोलिक स्थिति, आयु, परिवार का आकार, प्रास्थिति (status), लिंग, आदि हैं।

समूह की संरचना का निर्धारण करने में एक आम समस्या विभिन्न प्रतिभागियों को मिलाने का निर्णय है; उदाहरण के लिए, खरीददारों और विक्रेताओं के बहुजातीय समूह; या प्रत्येक श्रेणी के

लिए अलग-अलग समूह बनाना; जैसे केवल खरीददारों और केवल विक्रेताओं के सजातीय समूह। चर्चा को प्रोत्साहित करने के लिए समूह के अन्दर एक उचित समरूपता बनाए रखने की आवश्यकता समस्या के रूप में प्रकट होती है। ऐसी स्थिति में सबसे आम सलाह यह है कि प्रत्येक प्रतिभागी को सन्दर्भित विषय पर कुछ कहने और दूसरों के साथ सहजता से बातचीत करने में आसानी महसूस होनी चाहिए (मॉर्गन, 1988)। यहाँ पर यह ध्यान देने की आवश्यकता है कि इसका तात्पर्य यह नहीं है कि प्रतिभागियों का विषय पर समान दृष्टिकोण होना चाहिए; इसके विपरीत, यदि इस तरह की स्थिति सामने आती है तो समूह की चर्चा उतनी लाभप्रद नहीं होगी।

समूहों के निर्माण में प्राय: सबसे अधिक इस्तेमाल होने वाले विभेदकारी कारकों में आयु समूह, लिंग, जातीय समूह, और सामाजिक वर्ग हैं। यदि शोधकर्ता समूहों को अलग करने का निर्णय करता है, तो विभेदकारी कारक की प्रत्येक श्रेणी के लिए चार सत्रों का आयोजन बेहतर साबित होगा। उदाहरण के लिए, स्त्रियों और पुरुषों के साथ चार अलग-अलग सत्र आयोजित करना। दूसरे शब्दों में, प्रत्येक श्रेणी का अपना *फ़ोकस ग्रुप* होगा। विभिन्न श्रेणियों की चर्चाओं और प्रतिभागियों की श्रेणियों को संयोजित करने वाली चर्चाओं के बीच एक सीधी तुलनात्मकता को शामिल करने के लिए इस रणनीति का विस्तार किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, दो श्रेणियों (स्त्रियों और पुरुषों की, जैसा कि उदाहरण दिया गया है) के साथ, हमारे पास तीन *फ़ोकस ग्रुप* और बारह सत्र होंगे : चार स्त्रियों के लिए, चार पुरुषों के लिए, और चार मिश्रित। पूर्व-परीक्षण के लिए किसी मिश्रित समूह का उपयोग करना, श्रेणियों के मिश्रण का एक विकल्प हो सकता है। यदि प्रतिभागी महत्त्वपूर्ण रूप से पृथक नहीं हैं तो समूहों को अलग करने के लिए पर्याप्त कारण नहीं होंगे।

प्रतिभागियों का चयन करते समय मुख्य मुद्दा प्रतिदर्श का पूर्वाग्रह है, जो विश्वसनीयता की भाँति समान नहीं है। उचित यह है कि “जनसंख्या के उन हिस्सों पर ध्यान केन्द्रित किया जाए जो अधिक महत्त्वपूर्ण जानकारी प्रदान करने में सक्षम हैं” (मॉर्गन, 1988)। इस तरह, शोधकर्ता को यह ध्यान रखना चाहिए कि समग्र के प्रतिनिधि होने के रूप में परिणामों की व्याख्या न करे।

एक अन्तिम निर्णय यह है कि क्या किसी समूह में अजनबियों या परिचितों का उपयोग किया जाना चाहिए। सामान्य नियम यह है कि अजनबियों के साथ काम करना बेहतर होता है। आमतौर पर, जो लोग सामाजिक या व्यावसायिक रूप से एक दूसरे को जानते हैं, उन्हें विषय

पर ध्यान केन्द्रित करने में कठिनाई होती है, और उन्हें अपनी धारणाओं को अभिव्यक्त करने से रोका भी जा सकता है।

विशेष जनसंख्या या प्रयोगात्मक रचनाओं का उपयोग करने के दौरान प्रतिभागियों की भर्ती करने में अधिक समय नष्ट होता है। प्रतिभागियों की भर्ती करने के लिए एक प्रश्नावली विकसित की जाना चाहिए। इसमें लगभग चार से छह प्रश्न होने चाहिए, जिससे यह निर्धारित किया जा सके कि प्रतिभागी के पास सत्रों में भाग लेने के लिए अपरिहार्य विशेषताएँ हैं या नहीं।

4.1.3 मध्यस्थ की भागीदारी का स्तर

मध्यस्थ की भागीदारी का स्तर हमेशा एक निरन्तरता के रूप में माना जाता है : एक उच्चतम स्तर पर, जहाँ समूह चर्चा में मध्यस्थ का हिस्सा छोटा होता है, यह कम होता है; और दूसरे उच्चतम स्तर पर, जहाँ मध्यस्थ चर्चा में उठाए गए विषयों और चर्चा की गतिशीलता को नियंत्रित करता है, यह अधिक होता है।

शोधकर्ताओं को यह पहचानना चाहिए कि वे साक्षात्कारों के किसी परिणाम के रूप में क्या निर्मित करना चाहते हैं और फिर इन उद्देश्यों के अनुरूप मध्यस्थ की भागीदारी तय करना चाहिए। निम्न भागीदारी उन उद्देश्यों के लिए महत्त्वपूर्ण है जो अन्वेषणात्मक शोध, और साथ ही जब उद्देश्यों में विषयवस्तु विश्लेषण शामिल होता है, पर जोर देते हैं। इसके विपरीत, एक महत्त्वाकांक्षी कार्यसूची (ambitious agenda) को निष्पादित करने के लिए मध्यस्थ के उच्च भागीदारी स्तर अधिक उपयुक्त होते हैं; उदाहरण के तौर पर, नए समूह के प्रतिभागियों के विचारों की तुलना पिछले सत्रों में पाए गए विचारों से करने के लिए। यदि शोध के उद्देश्य एक निश्चित प्रतिफल की आपूर्ति नहीं करते हैं, तो मध्यस्थ की भागीदारी की तीव्रता के गुण-दोषों पर ध्यान दिया जाता है।

उच्च भागीदारी की सबसे बड़ी समस्या यह होती है कि मध्यस्थ का पूर्वाग्रह ऐसे आँकड़ों का निर्माण करेगा जो इस पूर्वाग्रह को आगे बढ़ाएगा। उच्च भागीदारी के पक्ष में एक बिन्दु यह है कि इसके माध्यम से गैर-उत्पादक चर्चाओं को कम करने में सहायता मिलती है तथा शोधार्थी की सर्वाधिक रुचि के विषय को आगे बढ़ाया जा सकता है। उच्च भागीदारी में यह आश्वासन देने की भी विशेषता है कि वांछित विषयों पर पूरी तरह से ध्यान दिया जा सके। अन्त में, प्रतिभागियों की समरूपता के आधार पर यह सभी को चर्चा में भाग लेने की अनुमति देता है।

मध्यस्थ की निम्न भागीदारी का सबसे महत्त्वपूर्ण लाभ प्रतिभागियों की रुचियों का मूल्यांकन करने की योग्यता है। इस प्रकार प्रतिभागी स्वाभाविक रूप से शोधकर्ता की तरह समान विषयों के आसपास अपनी चर्चाओं को व्यवस्थित कर सकते हैं। मध्यस्थ की निम्न भागीदारी का सबसे बड़ा नुकसान यह है कि ये समूह विषयवस्तु के सन्दर्भ में सापेक्षिक रूप से अव्यवस्थित होते हैं। उनका विश्लेषण करना अधिक कठिन होता है, और बड़े समूहों में यह और भी अधिक स्पष्टता से दिखाई देता है।

इस पूरी चर्चा में यह अन्तर्निहित है कि सत्रों का संचालन करने के लिए अधिक मध्यस्थों के उपयोग की आवश्यकता होती है। यद्यपि किसी एक मध्यस्थ का उपयोग करना बेहतर होता है, लेकिन बड़ी परियोजनाओं में यह न तो सम्भव है, न ही वांछनीय। इस मामले में, यह उचित है कि पहले, या पहले दो सत्रों को किसी वरिष्ठ मध्यस्थ द्वारा और अन्य मध्यस्थों की उपस्थिति में संचालित किया जाए और यह कि वह वरिष्ठ मध्यस्थ अन्य मध्यस्थों के पहले सत्र में भाग भी ले (क्रूगर, 1994)।

शोधकर्ता को मध्यस्थ की भागीदारी के परिमाण पर विचार करना चाहिए, क्योंकि यदि वह एक उच्च संरचित प्रारूप के बारे में सोच रहा है तो उसे व्यक्तिगत साक्षात्कार करने के बारे में भी सोचना चाहिए। दूसरी ओर, यदि प्रारूप उच्च संरचित नहीं है, तो शोधकर्ता को प्रतिभागी अवलोकन पर विचार करना चाहिए।

4.1.4 साक्षात्कार की विषय-वस्तु

मर्टन (मॉर्गन के अलावा [apud Morgan], 1988) किसी *फ़ोकस ग्रुप* साक्षात्कार में अवलोकन किए जाने वाले चार पहलुओं को प्रस्तुत करते हैं। ये पहलू हैं : (1) महत्त्वपूर्ण विषयों की अधिकतम संख्या को समाहित करना; (2) सम्भावित आँकड़ों को विशिष्टता प्रदान करना; (3) ऐसी सहभागिता को बढ़ावा देना जो कुछ गहराई में प्रतिभागियों की भावनाओं का अन्वेषण करता हो; और (4) व्यक्तिगत सन्दर्भ को ध्यान में रखना जिसमें प्रतिभागियों ने विषय पर अपनी प्रतिक्रियाएँ दीं।

स्थिति के विश्लेषण के आधार पर चर्चा के विषयों को सावधानीपूर्वक सविस्तार प्रस्तुत किया जाता है। यहाँ उद्देश्य ऐसे साक्षात्कार का निर्माण करना है जो सम्पूर्ण विषय को समाहित करे, साथ ही उन अवलोकनों की भी आपूर्ति करे जिनसे एक प्रभावी *फ़ोकस ग्रुप* की व्यापक माँग पूरी हो सके। साक्षात्कार की विषयवस्तु की एक स्पष्ट सीमा सत्र की अवधि है जो एक से दो घण्टे

के बीच होना चाहिए। डेढ़ घण्टे के लिए साक्षात्कार का चलना दिलचस्प होगा, लेकिन प्रतिभागियों से कहना होगा कि यह दो घण्टे तक चलेगा।

सत्रों को संचालित करने के लिए विषयों की कोई सूची या प्रश्नों की एक शैली का उपयोग किया जा सकता है। विषय की मार्गदर्शिका उन शब्दों या वाक्यों को सूचीबद्ध करती है जो मध्यस्थ के सरोकार के विषयों को याद दिलाते हैं। यह दृष्टिकोण प्रतिभागियों के लिए अधिक सहज लगता है और अधिक उपयुक्त होता है जब मध्यस्थ सभी सत्रों को एक समान मानता है। भिन्न दृष्टिकोण परिणामों में पूर्वाग्रह पैदा कर सकते हैं। समान विषयवस्तु प्राप्त करने के उद्देश्य से सत्रों की किसी शृंखला के लिए एक ही तरह के प्रश्नों का उपयोग किया जाता है, जो अधिक कुशल विश्लेषण की अनुमति देता है और भाषा के अन्तरों को समाप्त करता है। विषय मार्गदर्शिका का उपयोग सबसे उपयुक्त तब होता है जब सभी सत्रों के मध्यस्थ हमेशा समान नहीं होते हैं।

मध्यस्थ की उच्च भागीदारी वाला कोई *फ़ोकस ग्रुप* चर्चा के उन विषयों को व्यवस्थित करने के लिए उपयोगी होगा जो सभी समूहों के लिए एक समान क्रम में आगे बढ़ेगा, जैसा कि किसी व्यक्तिगत साक्षात्कार में होता है। चर्चा के लिए किसी व्यवस्था को लागू करने वाली संरचना समूह की अन्त:क्रिया का विश्लेषण करने और शोध के विश्लेषण चरण में समूहों के बीच तुलना करने के लिए कीमती होती है। एक अच्छी व्यवस्था विषयों के बीच किसी स्वाभाविक प्रगति को निर्मित करती है जो कि कुछ समान समूहों में अधिव्याप्त होती है। चर्चा का एक कृत्रिम विभाजन समूह सत्रों के उपयोग के उद्देश्य को विफल कर सकता है। समूह की व्यवस्था की रचना करने का एक अतिरिक्त लाभ शोध टीम के कई सदस्यों के बीच उठाए गए विषयों के सम्बन्ध में और एक विस्तृत स्तर पर सहमति प्राप्त करना होगा।

जिन विषयों पर चर्चा की जानी है, उनकी एक सूची बनाने से शुरू करते हुए रोस्टर (roster) बनाकर विषयों के समूह में व्यवस्थित किया जाता है और तार्किक रूप से क्रमबद्ध किया जाता है। मध्यस्थ को सूची के माध्यम से आगे बढ़ते हुए अधिक कठोरता बरतने से बचना चाहिए, क्योंकि यह किसी *फ़ोकस ग्रुप* के लिए एक अनुचित दृष्टिकोण होगा।

सत्रों की शुरुआत सामान्य तरीके से होती है जिसमें मध्यस्थ की भागीदारी नगण्य होती है। प्रारम्भ में, मध्यस्थ एक ईमानदार और काफी सामान्य तरीके से विषय के बारे में परिचय देता है। मध्यस्थ के लिए परिचय में यह बताना रोचक हो सकता है कि इस समूह चर्चा से वे हर

किसी के साथ क्या सीख रहे हैं; लेकिन दूसरी ओर, उसे विषय की उपेक्षा करने के नाटक से बचना चाहिए।

परिचय के दौरान, मध्यस्थ कुछ बुनियादी बातें बताता है : जैसे, एक समय में केवल एक व्यक्ति बोलेगा; गैर-जरूरी बातें नहीं होनी चाहिए; हर सदस्य को बोलना चाहिए, आदि। समूह के सदस्यों को बताया जाना चाहिए कि सत्र की बातें रिकॉर्ड की जाएँगी या उन्हें फ़िल्माया जाएगा। चर्चा प्रत्येक प्रतिभागी के साथ शुरू होती है जो अपना परिचय देते हैं, ऐसा करना जमी बर्फ को पिघलाने में मदद करता है। देर से आने वाला सदस्य समस्याएँ उत्पन्न कर सकता है। इसलिए एक सरल नियम यह होना चाहिए कि परिचय समाप्त होने के बाद आने वाले किसी भी सदस्य को चर्चा में शामिल नहीं किया जाएगा।

परिचय से चर्चा के अवस्थान्तर (transition) में निम्नलिखित चरण होंगे। अवस्थान्तर की प्रकृति मध्यस्थ की भागीदारी के स्तर पर निर्भर करती है।

- **मध्यस्थ की भागीदारी का निम्न स्तर।** उसे पहला विषय प्रस्तुत करना चाहिए, उसके बाद असंरचित चर्चा (unstructured discussion) तब तक होनी चाहिए जब तक कि मध्यस्थ दूसरा विषय पेश नहीं करे, यह क्रम आगे इसी तरह चलना चाहिए।
- **मध्यस्थ की भागीदारी का उच्च स्तर।** इस मामले में विषय का क्रम बहुत महत्त्वपूर्ण हो जाता है। मध्यस्थ द्वारा पेश किया गया प्रारम्भिक विषय, चर्चा की शुरुआत के लिए आधारभूत का कार्य करता है और यह किसी सामान्य प्रश्न से आरम्भ होना चाहिए। प्रतिभागियों की चर्चा से संज्ञान (cues) लेते हुए ही, मध्यस्थ रोस्टर पर स्थापित विषयों को पेश करेगा।

सत्र का समापन भी मध्यस्थ की भागीदारी के स्तर के कार्य के भिन्न रूप में होता है :

- **मध्यस्थ की भागीदारी का निम्न स्तर।** मध्यस्थ चर्चा में लौटता है और एक समापन कथन प्रस्तुत करता है।
- **मध्यस्थ की भागीदारी का उच्च स्तर।** मध्यस्थ के लिए एक तरीका यह अनुरोध करना है कि प्रत्येक प्रतिभागी एक अन्तिम कथन कहे।

प्रतिक्रियाओं की गुणवत्ता सीधे विषयों की गुणवत्ता से सम्बन्धित होती है। प्रश्न किसी *फ़ोकस ग्रुप* साक्षात्कार का सार होते हैं। उन्हें प्रतिभागियों के लिए सहज प्रतीत होना चाहिए, लेकिन

उन्हें ध्यान से चुना गया हो और अपेक्षित जानकारी के कार्य के रूप में विस्तारित किया गया हो। आमतौर पर, किसी *फ़ोकस ग्रुप* के एक साक्षात्कार में लगभग बारह प्रश्न शामिल होंगे। *फ़ोकस ग्रुप* के विषय कई प्रकार के हो सकते हैं, और प्रत्येक का अपना उद्देश्य होता है। प्रश्नों को निम्नलिखित श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है (क्रूगर, 1994) :

- **प्रारम्भिक प्रश्न (Opening questions)।** सवालों का पहला दौर एक त्वरित उत्तर (10 से 20 सेकंड) की अनुमति देता है, और यह उन विशेषताओं की पहचान करने में सक्षम बनाता है जो प्रतिभागियों के लिए सामान्य हैं।
- **परिचयात्मक प्रश्न (Introductory questions)।** परिचयात्मक प्रश्न चर्चा के सामान्य विषय का परिचय देते हैं, और वे प्रतिभागियों को पिछले अनुभवों पर विचार करने का अवसर प्रदान करते हैं।
- **अवस्थान्तर के प्रश्न (Transition questions)।** अवस्थान्तर के प्रश्न प्रमुख प्रश्नों की ओर चर्चा को आगे बढ़ाते हैं।
- **मुख्य प्रश्न (Key questions)।** मुख्य प्रश्न अध्ययन को सम्बोधित करते हैं। वे आमतौर पर दो से पाँच प्रश्नों के बीच होते हैं, और वे ऐसे होते हैं जिन्हें अधिक ध्यान और विश्लेषण की आवश्यकता होती है।
- **अन्त के प्रश्न (Ending questions)।** अन्त के प्रश्न चर्चा को बन्द कर देते हैं। वे उन सब पर विचार करते हैं जो कि तब तक कहा गया था। वे प्रतिभागियों को चर्चा में साझा की गई सभी टिप्पणियों पर विचार करने और उनमें सबसे महत्त्वपूर्ण की पहचान करने की अनुमति देते हैं।
- **सारांश प्रश्न (Summary question)।** चर्चा के दौरान उद्भूत प्रमुख प्रश्नों और मुख्य विचारों को दो से तीन मिनट में प्रस्तुत करता है। इसके बाद, वह प्रतिभागियों से पूछता है : “क्या यह एक उपयुक्त सारांश था?”
- **अन्तिम प्रश्न (Final question)।** सारांश प्रश्न के बाद, मध्यस्थ अध्ययन के उद्देश्य की एक संक्षिप्त व्याख्या करता है, और फिर वह अन्तिम प्रश्न प्रस्तुत करता है : “क्या हम कुछ भूल गए हैं?” और “हमारे लिए आपके पास क्या सलाह होगी?” यह तब भी अधिक महत्त्वपूर्ण है क्योंकि हम सत्रों की संख्या (शृंखला) की शुरुआत में होते हैं।

प्रश्नों को विस्तारित करते समय सावधानी बरती जानी चाहिए (क्रूगर, 1994) :

- द्विभाजित प्रश्नों (dichotomous questions) से बचने के लिए जिनका उत्तर केवल “हाँ” या “नहीं” के साथ दिया जा सकता है।
- खुले प्रश्नों पर विचार करना, क्योंकि वे उत्तरदाताओं को जवाब देने का तरीका चुनने की अनुमति देते हैं।
- “क्यों?” जैसे प्रश्नों की विवेचना पर, क्योंकि वे विचार और मीमांसा द्वारा विकसित एक तर्कसंगत जवाब देते हैं।
- शब्दजाल (jargon), तकनीकी पदों, या किसी समूह के लिए विशिष्ट शब्दावली से बचना।

सहकर्मियों और जानकारी के उपयोगकर्ताओं के साथ विचार मन्थन का पूर्व उपयोग शब्दावली में विषयों और विविधताओं को प्राप्त करने के लिए उपयोगी हो सकता है। किसी *फ़ोकस ग्रुप* रोस्टर का पूर्व परीक्षण (pilot test) निम्नलिखित तरीके से होता है :

- विशेषज्ञ वांछित जानकारी प्राप्त करने के लिए सबसे तार्किक अनुक्रम में आने के लिए प्रश्नों के अनुक्रम को संशोधित करते हैं।
- विषयों पर कुछ लक्षित सार्वजनिक टिप्पणी इस बात को ध्यान में रखकर करना चाहिए कि वे सत्रों में भाग नहीं ले रहे हैं।
- पहला सत्र किसी पूर्व परीक्षण के रूप में कार्य कर सकता है। यदि महत्त्वपूर्ण परिवर्तन नहीं किए गए हैं, तो विश्लेषण में पूर्व परीक्षण का उपयोग किया जा सकता है।
- सत्र का अन्तिम प्रश्न “क्या हम कुछ भूल गए?”, विषयों के रोस्टर को परिष्कृत करने के लिए शुरुआती सत्रों में मुख्य रूप से मदद करता है।

4.1.5 जगह का चयन और आँकड़ों का संग्रहण

फ़ोकस ग्रुप कई स्थानों पर सफलता के साथ आयोजित किए गए हैं; जैसे, रेस्तराँ, होटल के कमरे, सार्वजनिक भवन, इत्यादि। हालाँकि, कोई स्थान चुनते समय कुछ कारक विचार योग्य होते हैं :

- प्रतिभागियों को खोजने और पहुँचने के लिए एक आसान स्थान;
- बड़ी खिड़कियों, काँच के दरवाजों, संगीत आदि भटकावों से मुक्त स्थान;
- प्रतिभागियों के लिए उपयुक्त प्रबन्ध को बढ़ावा देने के लिए;

- स्थान का ऑडियो और / या वीडियो सुविधाओं से युक्त होना।

प्रतिभागियों को यू-आकार की मेज पर बैठाया जाना चाहिए, ताकि प्रत्येक प्रतिभागी एक दूसरे का चेहरा देख सके और मध्यस्थ को प्रतिभागियों के सामने मेज के सिरे पर बैठना चाहिए। यदि सत्र फ़िल्माया जा रहा है तो कैमरा मध्यस्थ के पीछे होना चाहिए। आँकड़े प्राप्त करने का मुख्य तरीका रिकॉर्डिंग है जो आँकड़ों की गुणवत्ता को आश्वस्त करने के लिए एक मौलिक तरीका है। वीडियो का उपयोग इसके फायदे और नुकसान दोनों को प्रस्तुत करता है। वीडियो का उपयोग करने का मुख्य उद्देश्य यह निर्धारित करना है कि कौन बोल रहा है और यह प्रतिभागी किससे बोल रहा है।

मध्यस्थ और मध्यस्थ के सहायक (पर्यवेक्षक) को सत्र के दौरान अपनी टिप्पणियाँ करना चाहिए, साथ ही सत्र की समाप्ति के तुरन्त पश्चात अपने कथनों को दर्ज करना चाहिए। हालाँकि, ये टिप्पणियाँ सत्र के आँकड़ों का हिस्सा नहीं होती हैं परन्तु वे शोधकर्ता की व्याख्या का हिस्सा अवश्य होंगी। प्रतिभागियों को क्या दिलचस्प लगता है और वे किसे महत्त्वपूर्ण पाते हैं, इसके बीच का अन्तर उन पहलुओं में से एक है जिनपर शोधकर्ता द्वारा विचार किया जाना चाहिए (मॉर्गन, 1988b) :

> "किसी विषय की चर्चा में समझौता करना एक अच्छा संकेत होता है कि प्रतिभागियों को विषय दिलचस्प लगता है, लेकिन यह जरूरी नहीं कि वे जो सोचते हैं वह महत्त्वपूर्ण हो।"

4.2 सत्रों का संचालन

सत्रों का संचालन एक दिन में दो घण्टे या सप्ताह में पाँच घण्टे से अधिक नहीं किए जाने की सलाह दी जाती है। बहुत से लोगों को यह भ्रम है कि साक्षात्कार करना एक सरल कार्य है, लेकिन वास्तव में इसके लिए एक समूह के साथ मानसिक अनुशासन, तैयारी और अन्त:क्रिया की क्षमता की आवश्यकता होती है। *फ़ोकस ग्रुप* की सफलता चुने हुए उत्तरदाताओं के लिए उचित रूप से तैयार किए गए अच्छे प्रश्नों पर निर्भर करती है। एक अन्य आवश्यक घटक चर्चा का नेतृत्व करने वाले मध्यस्थ की क्षमता होती है। समूह को प्रस्तावित उद्देश्य तक पहुँचाने के लिए प्रभावी नेतृत्व आवश्यक होता है। मध्यस्थ के पास समूह प्रक्रिया का मार्गदर्शन करने के लिए आवश्यक योग्यता होनी चाहिए, क्योंकि यह पर्याप्त नहीं है कि वह शोध के प्रस्ताव के अनुरूप हो।

मध्यस्थ को समूह प्रक्रिया के साथ सहज और परिचित होना चाहिए। समूहों के साथ काम करने में पिछला अनुभव, अथवा समूह की गतिशीलता में प्रशिक्षण उपयुक्त होता है। मध्यस्थ के पास महत्त्वहीन विषयों (प्रतिभागियों द्वारा प्रस्तुत) से मुख्य विषय (या मुख्य फ़ोकस) में अवस्थान्तर करने की योग्यता के साथ ही समूह को प्रफुल्लित रखने और विषय में रोचकता बनाए रखने की योग्यता भी होना चाहिए। इसके अलावा, मध्यस्थ को प्रतिभागियों का सही अर्थों में सम्मान करना चाहिए और उनपर भरोसा रखना चाहिए।

एक सहायक मध्यस्थ का उपयोग किया जा सकता है जिसके पास मध्यस्थ की तुलना में टिप्पणियाँ करने का अधिक अवसर होगा, क्योंकि सहायक मध्यस्थ समूह चर्चा में हस्तक्षेप किए बिना अवलोकन और दस्तावेज लेखन करेगा, जब तक कि मध्यस्थ द्वारा अनुरोध नहीं किया जाता है। मध्यस्थ को सन्दर्भित विषय रोस्टर पर रखना चाहिए, और साथ ही प्रत्येक प्रतिभागी के दृष्टिकोण को याद रखना चाहिए। यह बैठक के संचालन और उसके समापन के लिए एक आधारभूत बिन्दु है।

मध्यस्थ के पास पद या प्रभाव की स्थिति नहीं होना चाहिए। वास्तव में, उसे सभी प्रकार की सकारात्मक और नकारात्मक टिप्पणियों को प्रोत्साहित करना चाहिए। साक्षात्कारकर्ता (मध्यस्थ) प्रतिक्रियाओं पर निर्णय नहीं कर सकता है और उसे अपनी भाषा के प्रयोग में अर्थात अनुमोदन या अननुमोदन (approval or disapproval) सम्प्रेषित करने में सावधानी बरतनी चाहिए। यह आसान कार्य नहीं होता है।

किसी *फ़ोकस ग्रुप* का उद्देश्य विचार सुझाना, सम्भावित विकल्पों पर प्रकाश डालना, और कार्यवाही की अनुशंसा करना हो सकता है। जब किसी *फ़ोकस ग्रुप* के उद्देश्य के आसपास संशयात्मक स्थिति मौजूद होती है, तब *फ़ोकस ग्रुप* के संचालन में कठिनाइयाँ सामने आती हैं। समूह के प्रस्ताव को परिभाषित करने में स्पष्टता की कमी के फलस्वरूप भ्रम, निराशा, गलतफहमियाँ, समय का नुकसान, और गलत परिणाम आ सकते हैं।

स्वागत सहित चर्चा के परिचय में, विषय का सामान्य दृष्टिकोण, बैठक के नियम, और पहला विषय विभिन्न सत्रों में एक जैसा होना चाहिए। आमंत्रण चरण (invitation phase) में, या सत्र की शुरुआत में, प्रतिभागियों को निम्नलिखित जानकारी दी जानी चाहिए : सत्र क्यों हो रहा है, जानकारी का उपयोग कैसे किया जाएगा, और इसमें कौन रुचि रखता है।

जब प्रतिभागी सांस्कृतिक स्तर, आयु समूह, आदि जैसे कुछ पहलुओं में सजातीय होते हैं तब किसी *फ़ोकस ग्रुप* सत्र को और अधिक आसानी से आयोजित किया जाता है। क्रूगर (1994) के अनुसार, समूह चर्चा की शुरुआत में मध्यस्थ द्वारा प्रतिभागियों की सजातीयता की मौजूदगी को समूह के समक्ष प्रबलता से रखना चाहिए। एक वाक्य जो इस पहलू के समर्थन में परिचय के लिए रखा जा सकता है :

> "इस विषय पर हमने समान अनुभव वाले लोगों को अपनी धारणाओं और विचारों को साझा करने के लिए आमंत्रित किया है। आपको इसलिए चुना गया है क्योंकि आपके पास सामान्य रूप से कुछ खास विशेषताएँ हैं जो हमारी रुचि की हैं" (क्रूगर, 1994)।

फ़ोकस ग्रुप शब्द का उपयोग शायद ही कभी सत्रों में या प्रतिभागियों की भर्ती के दौरान किया जाता है, क्योंकि यह शब्द प्रतिभागियों की सहजता को बाधित कर सकता है। सत्र शुरू करने से पहले प्रतिभागियों के सामाजिक-जनसांख्यिकीय आँकड़ों को लिखा जा सकता है।

4.3 आँकड़ों का विश्लेषण

प्रतिलेखन और उसके बाद का विश्लेषण एक धीमी एवं समय खपाने वाली प्रक्रिया होती है। समूहों की संख्या के आधार पर, प्रतिभागियों की तत्परता, और प्रतिलेखन के लिए जिस प्रकार के विश्लेषण की आवश्यकता होती है, उसके आधार पर इस कार्य को करने में छह माह तक लग सकते हैं। यह कार्य श्रमसाध्य होता है, क्योंकि समूह चर्चाएँ कई बार आयोजित की जाती हैं, प्रतिभागियों की धारणाओं में प्रवृत्तियों और रुझानों की पहचान करने के लिए विशिष्ट प्रकार के प्रतिभागियों के साथ अकसर ये चर्चाएँ कम-से-कम तीन बार आयोजित की जाती हैं। चर्चाओं का सावधानीपूर्वक और व्यवस्थित विश्लेषण यह संकेत देता है कि किसी उत्पाद, सेवा, या अवसर को कैसे समझा जाता है।

विश्लेषण व्यवस्थित, सत्यापन योग्य, और रुचि के विषय पर केन्द्रित तथा एक उचित स्तर की व्याख्या के साथ होना चाहिए। प्रत्येक सत्र से लगभग 50 से 70 पृष्ठों का प्रतिलेखन तथा मैदानी कार्य की लगभग 10 से 15 पृष्ठों की टिप्पणियाँ प्राप्त होती हैं। विश्लेषण में, शब्द और उनके अर्थ, वे सन्दर्भ जिनमें टिप्पणियाँ की गई थीं, आन्तरिक स्थिरता, आवृत्ति, टिप्पणियों की सीमा, उत्तरों की विशिष्टता, और मुख्य विचारों की पहचान करने का महत्त्व, जैसी सभी चीजों पर विचार किया जाना चाहिए (क्रूगर, 1994)।

जाँच के लिए अपनाई गई पद्धति का उपयोग यदि किसी समस्या के लिए किया गया है तो किसी *फ़ोकस ग्रुप* से प्राप्त परिणाम वैध होते हैं। आमतौर पर, *फ़ोकस ग्रुप* में उच्च "आभासी वैधता" होती है; अर्थात, इसके द्वारा जिसे प्रमाणित करना है उसे ही प्रमाणित किया जाता है, और एकत्रित किए गए आँकड़ों में पूर्ण विश्वास या आस्था होती है। लोग सन्दर्भित विषय पर अपने अनुभव बताते हैं जो व्यक्तिगत साक्षात्कार या आँकड़ों के संग्रहण के अन्य प्रकार में इतनी आसानी से हासिल नहीं किया जा सकता है।

शोधकर्ता *फ़ोकस ग्रुप* के परिणामों को अन्वेषणात्मक बताते हैं जो कि एक बड़ी जनसंख्या के लिए उपयुक्त नहीं होते हैं। *फ़ोकस ग्रुप* के आँकड़ों के विश्लेषण के लिए दो बुनियादी रूपों का उपयोग किया जाता है :

- गुणात्मक अथवा नृवंशविज्ञान (ethnographic) सार,
- विषयवस्तु विश्लेषण के माध्यम से व्यवस्थित कोड करना।

नृवंशविज्ञान दृष्टिकोण में, समूह चर्चा के प्रत्यक्ष उद्धरण महत्त्वपूर्ण होते हैं, जबकि विषयवस्तु विश्लेषण में आँकड़ों का संख्यात्मक विवरण कीमती होता है। यह ध्यान दिया जाना चाहिए कि विश्लेषण के ये दोनों रूप परस्पर विरोधी नहीं अपितु पूरक होते हैं, हालाँकि विषयवस्तु विश्लेषण पर ही अधिक जोर दिया जाता है[2]। विश्लेषण के दौरान, शोधकर्ता को ध्यान में रखना चाहिए कि विश्लेषण की इकाई समूह होता है।

विश्लेषण के लिए दो रणनीतियों को अपनाया जा सकता है :

- प्रारम्भ में, यह एक या दो समूहों के विस्तृत विश्लेषण के साथ आगे बढ़ता है, परिकल्पनाएँ और कोडिंग रूपरेखाएँ (hypotheses and coding outlines) विकसित करता है, जिसे अन्य समूहों के आँकड़ों के साथ विस्तारित किया जा सकेगा।
- एक शोधकर्ता समूह की जाँच करता है और दूसरा चर्चा के मतभेदों पर ध्यान केन्द्रित करता है।

परिकल्पनाएँ और कोडिंग रूपरेखाएँ विकसित करने की बार-बार होने वाली प्रक्रिया असंरचित *फ़ोकस ग्रुपों* में अधिक व्यापक रूप से उपयोग की जाती है। इस मामले में, विषय पहले से ही

[2] About content analysis and lexical analysis, we can found: KRIPPENDORFF (1980), GRAWITZ (1993), MOSCAROLA (1993, 1994), LEBART and SALEM (1994), GAVARD-PERRET and MOSCAROLA (1995), BARDIN (1996), FREITAS, CUNHA and MOSCAROLA, and SPHINX Léxica (1997).

रोस्टर पर तय नहीं किए जाते हैं, जिसके फलस्वरूप, चर्चा किसी अन्य विषय के लिए या किसी विशिष्ट विषय के लिए आयोजित की जा सकती है, जिसे प्रतिलेखन के किसी भी बिन्दु में समाहित किया जा सकता है।

शोध प्रतिवेदन में, अन्य गुणात्मक शोध विधियों के साथ *फ़ोकस ग्रुप* की समानता कठोर नियमों की अनुपस्थिति में अधिक स्पष्ट हो जाती है। प्रतिवेदन में आमतौर पर उद्धरणों का कोई समूह, चर्चाओं के सारांश, सारणियाँ, मानचित्र, या रूपरेखाएँ शामिल होती हैं; जो चर्चा के मुख्य विषयों में से प्रत्येक से प्राप्त बुनियादी जानकारी प्रस्तुत करता है।

5. अन्तिम विवेचनाएँ

फ़ोकस ग्रुप एक गुणात्मक शोध पद्धति है जिसका अनुप्रयोग मुख्य रूप से सामाजिक विज्ञानों में उपयोगी है। इसका उपयोग प्रबन्धन, विपणन, निर्णय लेने और सूचना तंत्रों जैसे क्षेत्रों में किया जाता है। इसकी सामान्य विशेषताएँ स्पष्ट हैं : समूह की समरूपता, सत्रों का क्रम, गुणात्मक आँकड़े प्राप्त करना, और किसी विषय पर ध्यान केन्द्रित करना।

किसी शोध रचना को सुदृढ़ करने के लिए, इस शोध पद्धति का उपयोग पृथक-पृथक अथवा अन्य पद्धतियों के संयोजन के साथ किया जा सकता है। किसी *फ़ोकस ग्रुप* के तीन चरण हैं : नियोजन, साक्षात्कारों का संचालन, और विश्लेषण। इसे सावधानीपूर्वक नियोजित करना बुनियादी रूप से महत्त्वपूर्ण है।

यह लेख मुख्य रूप से नियोजन चरण के विवरण पर केन्द्रित था। सिद्धान्त का बचाव करते हुए, यह उस शोधकर्ता को *फ़ोकस ग्रुप* के रूप में एक उपकरण देता है जो इसका उपयोग अपने शोध में करना चाहता है। इस तकनीक का अनुप्रयोग स्टम्प्फ़ और फ़्रेटस (1996) द्वारा प्रबन्धन, सूचना प्रणालियों, निर्णय लेने, स्वास्थ्य, नुस्खे (prescription), तथा चिकित्सा से सम्बन्धित शोध में किया गया था।

सन्दर्भ (REFERENCES)

BARDIN, L. **L'analyse de contenu**. Paris: PUF, 8. Ed., 1996. 291p.

FREITAS, H.; CUNHA Jr., M. & MOSCAROLA, J. The content analysis: qualitative practical application in marketing. Angra dos Reis/Brazil: **Proceedings of ANPAD**, set. 1996.

GAVARD-PERRET, M.L. & MOSCAROLA, J. De l'énoncé à l'énonciation: relecture de l'analyse lexicale en marketing. Annecy/France: GEREG and CERIAM, Université de Savoie, **Cahier GEREG**, 1995, 34p.

GRAWITZ, M. **Méthodes des sciences sociales**. Paris: Dalloz, 9. Ed., 1993. 870p.

GREENBAUM, T. L. **The handbook goes focus group research**. New York: Lexington Books, 1993.

KRIPPENDORFF, K. **Content analysis: an introduction to its methodology**. The Sage CommText Series, 1980, 191p.

KRUEGER, R. A. **Focus groups: the practical guide goes applied research**. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2nd. Ed., 1994.

LEBART, L.; SALEM, A. **Statistique Textuelle**. Paris: Dunod, 1994. 342p.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1994. v.1, p.171-174

MORGAN, D. L. **Focus groups the qualitative research**. Beverly Hills: SAGE Publications, 1988.

MOSCAROLA, J. Analyse de contenu et analyse de données: solutions logiciels pour une intégration quali/quanti. Paris: **Actes JADT**, 1993.

MOSCAROLA, J. Les actes de langage: protocoles d'enquêtes et analyse des données textuelles. Paris: **Colloque Consensus Ex-Machina**, La Sorbonne, April 1994.

OPPENHEIM, A. N. **Questionnaire design, interviewing and attitude measurement**. New York: St. Martin's Press, 1992, p.79-80

SPHINX Léxica ©, **User's guide** (for Windows). Freitas & Cunha Consultores Ltda, Brazil (f&c_cons@portoweb.com.br), 1997.

STUMPF, M. K. & FREITAS, H. The administration of the information in an university hospital: in search of the definition of the "patient colors record" of the Hospital of Clinics of Porto Alegre. Angra dos Reis/Brazil: **Proceedings of Enanpad**, set. 1996.

TULL, D. S. and HAWKINS, D. I. **Marketing research: measurement & method**. New York: Macmillan Publishing, 1993. p.441-464.

●●